

# Analisis Perbandingan Perancangan Pemilihan Lokasi Bisnis Dengan Metode Ranking Procedure dan Metode Break Even Point

Achmad Syarifudin <sup>1)</sup>, Sonny Nugroho Aji <sup>2)</sup> Sri Mukti Wirawati <sup>3)</sup>  
,[Achmad.buker69@gmail.com](mailto:Achmad.buker69@gmail.com) <sup>1</sup> , [Sonny.nugroho@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:Sonny.nugroho@dsn.ubharajaya.ac.id) <sup>2</sup> [Sri.mukti@yahoo.co.id](mailto:Sri.mukti@yahoo.co.id) <sup>3</sup>

Studi Teknik Industri,Fakultas Teknik,  
Universitas Banten Jaya Serang, Universitas Bhayangkara Jakarta

## ABSTRAK

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan UMKM. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan aksesibilitas pelanggan, menekan biaya operasional, dan memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan dua metode analisis dalam pemilihan lokasi usaha, yaitu Metode Ranking Procedure (Factor Rating) dan Metode Break Even Point (BEP). Obyek penelitian adalah dua lokasi potensial: Kios Ramayana Serang dan Kios JL. Banten. Metode Ranking Procedure digunakan untuk mengevaluasi faktor kualitatif seperti sewa kios, aksesibilitas, ketenaran tempat, dan kemudahan mendapatkan pegawai. Sementara itu, metode BEP digunakan untuk menilai aspek finansial dengan menghitung titik impas pada masing-masing lokasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kios Ramayana memperoleh skor tertinggi dalam metode Factor Rating (3,5), sedangkan Kios Banten memiliki nilai BEP yang lebih kecil (0,83 unit). Berdasarkan integrasi kedua metode, Kios Ramayana dipilih sebagai lokasi yang lebih layak karena memiliki keseimbangan terbaik antara faktor strategis dan aspek finansial. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi UMKM dalam menentukan lokasi usaha secara objektif dan terukur.

**Kata Kunci:** Pemilihan lokasi usaha, UMKM, Factor Rating, Break Even Point, analisis lokasi.

## ABSTRACT

The selection of a business location is a critical determinant of success for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). A strategic location can enhance customer accessibility, reduce operational costs, and increase the competitive advantage of a business. This study aims to compare two analytical methods for business location selection: the Ranking Procedure (Factor Rating) and the Break-Even Point (BEP) method. The research focuses on two potential business locations, namely Kios Ramayana Serang and Kios JL. Banten. The Ranking Procedure method evaluates qualitative factors such as rental cost, accessibility, location popularity, and employee availability. Meanwhile, the BEP method assesses financial feasibility by calculating the break-even point for each location. The results show that Kios Ramayana achieves a higher total score (3.5) in the Factor Rating analysis, while Kios Banten has a lower BEP value (0.83 units), indicating faster attainment of breakeven. However, when integrating both methods, Kios Ramayana is recommended as the more viable business location due to its stronger strategic and qualitative advantages. This study provides practical insights for MSME owners in making objective and measurable business location decisions.

**Keywords:** Business location selection, MSMEs, Factor Rating, Break-Even Point, location analysis.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. UMKM berperan dalam memperluas kesempatan kerja, meningkatkan pemerataan pendapatan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah. Pentingnya UMKM dalam struktur ekonomi diperkuat

oleh data Kementerian Koperasi dan UKM yang menunjukkan kontribusi signifikan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Dengan demikian, kemampuan UMKM dalam bertahan dan berkembang perlu didukung oleh strategi bisnis yang tepat, termasuk pemilihan lokasi usaha yang strategis (Kementerian KUKM, 2021; Kotler & Keller, 2016).

Pemilihan lokasi usaha merupakan keputusan strategis yang dapat menentukan keberlangsungan dan profitabilitas UMKM. Heizer dan Render (2014) menegaskan bahwa lokasi merupakan faktor krusial yang memengaruhi biaya operasional, akses pelanggan, serta efektivitas rantai pasok. Lokasi yang tidak tepat dapat menimbulkan tingginya biaya distribusi, rendahnya aksesibilitas konsumen, serta penurunan daya saing. Oleh karena itu, keputusan terkait lokasi tidak dapat dilakukan secara intuitif, melainkan harus melalui proses analisis yang sistematis berdasarkan kriteria kualitatif maupun kuantitatif (Heizer & Render, 2014).

Dalam konteks dunia usaha, analisis biaya dan pendapatan juga menjadi aspek fundamental yang menentukan kelayakan suatu lokasi bisnis. Salah satu metode analisis yang banyak digunakan adalah Break-Even Point (BEP). Menurut Garrison, Noreen & Brewer (2014), BEP memberikan gambaran titik minimal penjualan yang harus dicapai agar total pendapatan dapat menutupi total biaya. Informasi ini penting bagi UMKM untuk memastikan keberlanjutan operasional dan meminimalkan risiko kerugian, terutama bagi usaha dengan modal terbatas. Dengan BEP, pengusaha dapat memahami kelayakan finansial dari setiap alternatif lokasi usaha berdasarkan struktur biaya yang berbeda (Garrison et al., 2014).

Selain analisis finansial, faktor non-finansial seperti aksesibilitas konsumen, sewa bangunan, ketenaran lokasi, dan kemudahan tenaga kerja juga harus dipertimbangkan. Untuk mengevaluasi unsur-unsur tersebut, metode Ranking Procedure atau Factor Rating banyak digunakan karena mampu menggabungkan kriteria kualitatif secara terstruktur. Metode ini memungkinkan penilaian berdasarkan bobot yang diberikan kepada setiap kriteria sesuai tingkat kepentingannya. Menurut Sritomo Wignjosoebroto (2009), Factor Rating adalah metode yang efektif dalam pemilihan lokasi karena dapat menangkap faktor-faktor yang sulit diukur secara numerik namun berpengaruh signifikan terhadap operasional bisnis (Wignjosoebroto, 2009).

UMKM sering menghadapi tantangan dalam membuat keputusan lokasi karena keterbatasan modal, minimnya akses informasi, dan kurangnya kemampuan analitis. Oleh karena itu, integrasi metode Ranking Procedure dan BEP dapat memberikan solusi komprehensif yang menggabungkan analisis kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini sesuai dengan rekomendasi Stevenson (2018) yang menyatakan bahwa keputusan lokasi terbaik harus mempertimbangkan aspek strategis dan finansial secara bersamaan agar memperoleh hasil paling optimal (Stevenson, 2018).

Penelitian ini fokus pada dua alternatif lokasi usaha yang potensial, yaitu Kios Ramayana Serang dan Kios JL. Banten. Kedua lokasi ini memiliki karakteristik dan struktur biaya yang berbeda sehingga membutuhkan analisis mendalam sebelum menentukan pilihan yang paling menguntungkan. Perbandingan ini dilakukan karena banyak pelaku UMKM di daerah Serang menghadapi situasi yang sama, yaitu kebingungan dalam memilih lokasi usaha yang paling layak berdasarkan faktor biaya dan kondisi lingkungan usaha (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan kebutuhan tersebut, penelitian ini menggabungkan Metode Ranking Procedure dan Metode Break-Even Point untuk mengevaluasi kelayakan lokasi usaha secara menyeluruh. Dengan mengintegrasikan kedua pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan panduan yang lebih akurat kepada pemilik usaha dalam menentukan lokasi yang optimal, serta memberikan kontribusi terhadap literatur akademik di bidang manajemen operasi dan pengembangan UMKM (Krajewski, Ritzman & Malhotra, 2012).

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif.

### 2.1. Pengumpulan Data

- Data primer:** wawancara pemilik kios mengenai biaya sewa, listrik, buruh, dan kondisi lokasi.
- Data sekunder:** literatur terkait metode Factor Rating dan BEP.

## 2.2. Metode Ranking Procedure

Metode ini dilakukan dengan langkah berikut:

1. Penentuan faktor kriteria: sewa, aksesibilitas, ketenaran tempat, kemudahan pegawai.
2. Pemberian bobot masing-masing kriteria.
3. Pemberian skor setiap lokasi (1–4).
4. Perhitungan nilai total skor tertimbang.

## 2.3. Metode Break Even Point

Menghitung jumlah unit minimal yang harus dijual untuk mencapai titik impas:

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap} - \text{Biaya Variabel}}{\text{Unit}} =$$

## 2.4. Lokasi Penelitian

Serang, Banten — Juni–Juli 2024.

# 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

## 3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada dua lokasi potensial untuk usaha kios handphone di wilayah Serang, yaitu **Kios Ramayana Serang** dan **Kios JL. Banten**. Kedua lokasi dipilih karena memiliki karakteristik yang sering menjadi pertimbangan pelaku UMKM, seperti tingkat keramaian, aksesibilitas, biaya sewa, serta potensi pasar. Kios Ramayana berada di kawasan pusat perbelanjaan yang memiliki arus pengunjung tinggi terutama pada akhir pekan, sedangkan Kios JL. Banten berada di lokasi strategis dekat pemukiman padat penduduk dengan akses transportasi yang baik.

## 3.2 Data Faktor Penilaian untuk Metode Factor Rating

Penelitian mengacu pada empat kriteria utama dalam metode Ranking Procedure, yaitu:

1. Sewa Kios (40%)
2. Kemudahan Dijangkau Konsumen (30%)
3. Ketenaran Tempat (20%)
4. Kemudahan Pegawai (10%)

Pemilihan faktor tersebut didasarkan pada literatur dan wawancara lapangan, yang menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut paling relevan dalam menentukan lokasi usaha UMKM, terutama usaha perdagangan seperti penjualan handphone.

Setiap lokasi diberi skor menggunakan skala 1–4 sesuai kondisi real di lapangan. Data sewa diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik dan pengelola area usaha.

## 3.3 Hasil Perhitungan Metode Factor Rating

Tabel berikut menunjukkan perhitungan nilai tertimbang:

**Tabel 4.4. Perhitungan Factor Rating**

Faktor	Bobot	Skor Ramayana	Skor JL. Banten	Skor Tertimbang Ramayana	Skor Tertimbang JL. Banten
Sewa Kios	40%	3	2	1,2	0,8
Kemudahan Dijangkau	30%	4	4	1,2	1,2
Ketenaran Tempat	20%	4	3	0,8	0,6
Kemudahan Pegawai	10%	3	3	0,3	0,3
<b>Total</b>	<b>100%</b>	-	-	<b>3,5</b>	<b>2,9</b>

### Analisis Hasil

Hasil menunjukkan bahwa:

- Kios Ramayana memiliki nilai total tertinggi (3,5).**
- Keunggulan utama Kios Ramayana berasal dari:
  - Ketenaran lokasi** sebagai pusat perbelanjaan besar.
  - Tingkat aksesibilitas** yang tinggi.
- Kios JL. Banten unggul pada beberapa aspek, tetapi nilai totalnya lebih rendah, terutama akibat faktor sewa dan ketenaran lokasi.

### Interpretasi

Metode Factor Rating menunjukkan bahwa **Kios Ramayana lebih unggul dalam aspek kualitatif**, terutama yang berkaitan dengan *customer traffic* dan visibilitas usaha. Menurut Kotler & Keller (2016), lokasi yang berada dalam kawasan pusat perbelanjaan memiliki daya tarik alami yang dapat meningkatkan peluang penjualan karena adanya konsentrasi konsumen dan aktivitas ekonomi yang intens. Dengan demikian, faktor strategis non-finansial menunjukkan Kios Ramayana lebih layak dipilih.

### 3.4 Data Biaya dan Penghitungan Metode Break Even Point (BEP)

#### A. Kios Ramayana Serang

A. Biaya tetap:

- Pajak: Rp 500.000
- Listrik: Rp 1.800.000
- Total biaya tetap: Rp 2.300.000**

B. Biaya variabel per unit:

- Buruh: Rp 1.000.000
- Operasi: Rp 850
- Total: Rp 1.000.850**

Harga jual per unit: Rp 3.500.000

## B. Kios JL. Banten

### A. Biaya tetap:

1. Pajak: Rp 500.000
2. Listrik: Rp 2.400.000
3. **Total biaya tetap: Rp 2.900.000**

### B. Biaya variabel:

1. Buruh: Rp 2.100
2. Operasi: Rp 850
3. **Total: Rp 2.950**

Harga jual per unit: Rp 3.500.000

## 3.5 Perhitungan Break Even Point

### A. BEP Kios Ramayana

$$BEP = \frac{2.300.000}{3.500.000 - 1.000.850} BEP = \frac{2.300.000}{3.500.000 - 1.000.850} BEP = 3.500.000 - 1.000.850 BEP = 3.500.000 - 1.000.850 BEP = 2.300.000 BEP = 0,92 \text{ unit} BEP = 0,92 \text{ unit}$$

### B. BEP Kios JL. Banten

$$BEP = \frac{2.900.000}{3.500.000 - 2.950} BEP = \frac{2.900.000}{3.500.000 - 2.950} BEP = 3.500.000 - 2.950 BEP = 3.500.000 - 2.950 BEP = 550.000 BEP = 0,83 \text{ unit} BEP = 0,83 \text{ unit}$$

## Interpretasi

1. Kios JL. Banten sedikit **lebih cepat mencapai BEP**
2. Namun, hal ini lebih disebabkan oleh **biaya variabel per unit yang sangat kecil** akibat perbedaan struktur data (Rp 2.950 vs Rp 1.000.850).

## Analisis Mendalam

Nilai BEP yang sama-sama di bawah 1 unit menunjukkan bahwa kedua kios dapat mencapai titik impas bahkan hanya dengan menjual satu unit produk. Namun:

1. **Kios Ramayana memiliki biaya tetap dan variabel lebih tinggi**, tetapi margin kontribusinya masih jauh cukup besar.
2. **Kios JL. Banten secara finansial tampak unggul**, tetapi hal ini tidak serta-merta menjadikan lokasi lebih strategis.

Dalam praktiknya, lokasi dengan biaya operasional rendah belum tentu lebih menguntungkan jika faktor strategis dan potensi pasar lebih rendah (Stevenson, 2018).

### 3.6 Perbandingan Hasil Kedua Metode

Tabel Analisis Perbandingan

Metode	Hasil	Lokasi Unggul
Factor Rating	Ramayana = 3,5 ; Banten = 2,9	<b>Kios Ramayana</b>
Break Even Point	Ramayana = 0,92 ; Banten = 0,83	<b>Kios Banten</b>

### Analisis Integratif

Untuk memperoleh keputusan lokasi yang komprehensif, kedua metode harus digabungkan.

#### Alasan:

1. **Factor Rating** = menilai kualitas lokasi secara menyeluruh  
— akses, sewa, ketenaran, tenaga kerja
2. **BEP** = menilai kelayakan finansial  
— biaya tetap, biaya variabel, margin kontribusi
3. **Lokasi terbaik harus unggul di aspek strategis dan finansial**

### Kesimpulan Pembahasan

1. **Kios Ramayana unggul pada faktor strategis dan lingkungan bisnis.**
2. **Kios JL. Banten unggul secara perhitungan keuangan murni berdasarkan BEP.**
3. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM lebih dipengaruhi oleh faktor lokasi strategis, bukan semata biaya (Heizer & Render, 2014).

Dengan demikian, **lokasi terbaik yang direkomendasikan adalah Kios Ramayana Serang** karena memiliki potensi penjualan lebih tinggi, pasar lebih kuat, dan aksesibilitas pelanggan yang lebih baik.

### 3.7 Pembahasan Akhir dan Implikasi Manajerial

1. **Implikasi bagi UMKM:**  
UMKM harus mempertimbangkan faktor strategis seperti akses pelanggan dan ketenaran lokasi, bukan hanya biaya operasional.
2. **Implikasi pengembangan bisnis:**  
Lokasi seperti Ramayana memiliki peluang *customer flow* yang lebih besar sehingga meningkatkan omzet jangka panjang.
3. **Implikasi riset lanjutan:**  
Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel permintaan pasar, kompetisi lokal, dan proyeksi pendapatan.

## 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Metode Ranking Procedure menunjukkan bahwa Kios Ramayana memiliki nilai total tertinggi, menunjukkan keunggulan pada faktor aksesibilitas, ketenaran tempat, dan kemudahan pegawai.
2. Metode Break Even Point menunjukkan bahwa Kios Banten sedikit lebih cepat mencapai titik impas.

3. Setelah mengintegrasikan kedua metode, Kios Ramayana dipilih sebagai lokasi yang lebih layak untuk usaha karena memiliki keunggulan strategis yang signifikan meskipun BEP sedikit lebih tinggi.

**Lokasi usaha yang direkomendasikan: Kios Ramayana Serang.**

**SARAN**

1. UMKM disarankan menggunakan kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif dalam pemilihan lokasi usaha.
2. Perlu dilakukan evaluasi berkala mengenai biaya operasional dan perkembangan pasar.
3. Kios Ramayana diharapkan meningkatkan fasilitas dan strategi pemasaran untuk memaksimalkan potensi lokasi.
4. Penelitian lanjutan dapat memasukkan analisis permintaan pasar dan perilaku konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. Sugiyono. 2008. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
2. Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Bandung: Alfabeta.
3. Heizer J, Render B. 2014. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. 11th ed. New Jersey: Pearson.
4. Krajewski LJ, Ritzman LP, Malhotra MK. 2012. *Operations Management: Processes and Supply Chains*. 10th ed. New Jersey: Pearson.
5. Stevenson WJ. 2018. *Operations Management*. 13th ed. New York: McGraw-Hill.
6. Kotler P, Keller KL. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson.
7. Garrison RH, Noreen EW, Brewer PC. 2014. *Managerial Accounting*. 15th ed. New York: McGraw-Hill.
8. Chase RB, Aquilano NJ. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage*. 11th ed. New York: McGraw-Hill.
9. Meredith JR, Shafer SM. 2013. *Operations Management for MBAs*. 5th ed. New Jersey: Wiley.
10. Slack N, Chambers S, Johnston R. 2010. *Operations Management*. 6th ed. Harlow: Pearson.
11. Hillier FS, Lieberman GJ. 2010. *Introduction to Operations Research*. 9th ed. New York: McGraw-Hill.
12. Wignjosoebroto S. 2009. *Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Bahan*. Edisi 3. Surabaya: Guna Widya.
13. Latifah H, Noorman MS. 2018. *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: UNISSULA Press.
14. Priadana HMS, Sunarsi D. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
15. Adiasa I, Suarantalla R, Rafi MS, Hermanto K. 2020. Perancangan ulang tata letak fasilitas pabrik di CV Apindo Brother Sukses menggunakan metode SLP. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*. 19(2):151–158.
16. Setiyaningsih Y, Jamaaluddin J. 2018. Pemilihan lokasi usaha kafe dengan metode Factor Rating. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 8(2).
17. Riady R, Aspiranti T. 2019. Penentuan lokasi alternatif kantor dan pabrik PT Sublimindo menggunakan metode Center of Gravity dan Factor Rating. *Prosiding Manajemen*. 5(2).
18. Regiolina H. 2013. Penerapan metode Rating Factor dan Heuristic Ardalan pada sistem pendukung keputusan pemilihan lokasi SPBU BA. Tugas Akhir. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
19. Hanggit TA. 2018. Analisa faktor pemilihan lokasi usaha jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 8(2).
20. William J, Chuong SC. 2015. *Manajemen Operasi*. Edisi 19. Jakarta: Salemba Empat.